

**Informe de práctica empresarial realizado en la empresa Zanna Salud**

**Yeni Carolina Arias Guevara**

**Informe final de práctica empresarial presentado para optar el título de Profesional en  
Negocios Internacionales**

**Director**

**Henry Giovanni Moran Cuan**

**Magíster en la Administración de las Organizaciones**

**Universidad Santo Tomás, Bucaramanga**

**División de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables**

**Facultad de Negocios Internacionales**

**2025**

## Contenido

Introducción .....	10
1. Informe de práctica empresarial realizado en la empresa Zanna Salud .....	12
1.1 Contexto de la práctica empresarial .....	12
1.2 Justificación.....	13
1.3    Objetivos .....	14
1.3.1 Objetivo general .....	14
1.3.2 Objetivos específicos .....	15
2. Perfil de la empresa.....	15
2.1 Razón social de la empresa .....	15
2.2 Objeto social de la empresa.....	15
2.3 Dirección, teléfono, correo electrónico y jefe inmediato en la empresa .....	15
2.4 Estructura organizacional.....	16
2.4.1 Misión de la empresa.....	16
2.4.2 Visión de la empresa.....	16
2.4.3 Organigrama de la empresa .....	17
2.5 Aspectos económicos .....	18
2.5.1 Entorno macroeconómico .....	18
2.5.2 Entorno microeconómico .....	22
2.6 Portafolio de productos y/o servicios de la empresa .....	25
2.7 Aspectos del mercado que atiende la empresa Zanna Salud.....	27
2.7.1. Sucursal a nivel nacional .....	27
2.7.2. Sucursales a nivel internacional .....	27

3. Cargo y funciones desempeñadas .....	28
3.1 Cargo desempeñado .....	28
3.2 Funciones asignadas .....	28
3.3 Procesos, procedimientos y herramientas .....	37
4. Marco conceptual y normativo .....	38
4.1 Marco conceptual .....	38
4.2 Marco normativo .....	40
4.2.1. Normas nacionales.....	40
4.2.2. Leyes internacionales .....	40
5. Aportes .....	41
5.1 Propuesta de valor agregado a la empresa .....	41
5.1.1 Identificación de la situación problemática .....	41
5.1.2 Contribución de conocimiento a la empresa .....	41
5.1.3 Impacto desde los resultados y/o logros .....	42
5.2 Aportes de la empresa al proceso formativo .....	43
5.3 Plan de mejora .....	43
5.3.1. Aspectos a mejorar .....	43
5.3.2. Metas .....	44
5.3.3. Acciones .....	44
5.3.4. Indicadores .....	48
5.3.5. Hacer verificar, recursos, responsables y cronograma .....	54
6. Conclusiones y recomendaciones .....	56
Referencias.....	58

**Lista de tablas**

<b>Tabla 1.</b> <i>Porfolio de los productos de Zanna Salud</i> .....	25
<b>Tabla 2.</b> <i>Listado de funciones y horas asignadas</i> .....	37
<b>Tabla 3.</b> <i>Hacer/verificar las acciones e indicadores propuestos</i> .....	54
<b>Tabla 4</b> <i>Cronograma</i> .....	55

**Lista de figuras**

<b>Figura 1.</b> <i>Organigrama Zanna Salud</i> .....	17
<b>Figura 2.</b> <i>Análisis PEST – Zanna Salud</i> .....	18
<b>Figura 3</b> <i>Estadísticas Instagram</i> .....	29
<b>Figura 4</b> <i>Estadísticas LinkedIn</i> .....	30
<b>Figura 5</b> <i>Red social Instagram</i> .....	32
<b>Figura 6</b> <i>Red social LinkedIn</i> .....	33
<b>Figura 7</b> <i>HubSpot</i> .....	34
<b>Figura 8</b> <i>Estadísticas</i> .....	42
<b>Figura 9</b> <i>Cronograma de contenido digital</i> .....	45
<b>Figura 10</b> <i>Barra de contenido digital</i> .....	46
<b>Figura 11</b> <i>Diseño de contenido</i> .....	47
<b>Figura 12</b> <i>Métricas Instagram</i> .....	49
<b>Figura 13</b> <i>Métricas LinkedIn</i> .....	52

### **Resumen**

Este informe presenta la experiencia y los resultados alcanzados durante el desarrollo de la práctica empresarial realizada en la empresa Zanna Salud, una organización colombiana especializada en la distribución y comercialización de tecnología médica aplicada a la fisioterapia, neurorrehabilitación y salud ocupacional. El propósito principal de esta práctica fue aportar al área comercial y digital de la empresa mediante la aplicación de los conocimientos adquiridos durante la carrera de Negocios Internacionales.

A lo largo del informe se detallan las actividades desarrolladas, las herramientas digitales utilizadas como Canva, CapCut y Preview, y cómo estas contribuyeron a mejorar la organización del contenido, la coherencia visual y el impacto comunicativo en las plataformas sociales de la empresa.

Además, se realizó un análisis del entorno macroeconómico y microeconómico, en el que se identificaron factores políticos, tecnológicos y económicos clave que inciden directamente en las oportunidades de crecimiento de Zanna Salud en el mercado nacional e internacional. Esta experiencia de práctica permitió integrar teoría y práctica, fortalecer competencias profesionales y blandas, y aportar valor real al equipo de trabajo.

*Palabras claves:* Distribución, tecnología médica, herramientas digitales, redes sociales.

### **Abstract**

This report presents the experience and results achieved during the business internship conducted at Zanna Salud, a Colombian organization specializing in the distribution and marketing of medical technology applied to physiotherapy, neurorehabilitation, and occupational health. The main purpose of this internship was to contribute to the company's commercial and digital areas by applying the knowledge acquired during the International Business program.

Throughout the report, the activities carried out, the digital tools used such as Canva, CapCut, and Preview, and how these contributed to improving content organization, visual coherence, and communicative impact on the company's social platforms are detailed.

In addition, an analysis of the macroeconomic and microeconomic environment was conducted, which identified key political, technological, and economic factors that directly impact Zanna Salud's growth opportunities in the domestic and international markets. This internship experience allowed the company to integrate theory and practice, strengthen professional and soft skills, and provide real value to the team.

*Keywords:* Distribution, medical technology, digital tools, social networks.

## Glosario

*Biofeedback*: Es una terapia que implica el uso de sensores para ayudar al paciente a que conozca en tiempo real diversos aspectos fisiológicos. Después, podrá asociar este conocimiento a sensaciones específicas que ocurran en su cuerpo. (Universidad Europea, 2024)

*Campaña Digital*: Las campañas digitales son acciones de marketing para promocionar productos, servicios o marcas utilizando medios digitales, como internet, redes sociales y/o correos electrónicos. (Open Academy, 2021)

*CRM (Customer Relationship Management)*: El CRM es un conjunto de tecnologías integradas que se utilizan para documentar, rastrear y gestionar las relaciones e interacciones de una organización con los futuros y actuales clientes. (IBM, 2024)

*Engagement*: El Engagement es el nivel de interacción y participación de una marca, contenido o publicación con su audiencia. (Universidad Europea, 2025)

*Estimulación multisensorial*: Es una terapia que implica la activación de varios sentidos como el oído, la vista, el tacto, el gusto y el olfato, con el objetivo de mejorar la calidad de vida y el bienestar de personas con discapacidades cognitivas, demencias, autismo o problemas sensoriales. (Andaconmigo, s.f.)

*KPIS (Key Performance Indicators)*: El KPI son medidas numéricas utilizadas para evaluar el desempeño de una organización, departamento, proyecto, empleado o, incluso un estudiante. (IEP, 2023)

*Neurofeedback*: Es una técnica para entrenar el cerebro, ya sea para mejorar el rendimiento del paciente o para corregir alguna dificultad o trastorno que pueda estar causando un desequilibrio en el funcionamiento cerebral. (Neurocenter, s.f.)

*Neurorehabilitación:* Es un proceso médico que tiene como objetivo ayudar en la recuperación de trastornos neurológicos y de lesiones del sistema nervioso. (TOPDOCTORS, 2013)

*Ortesis:* Son aparatos ortopédicos que aplican fuerza para sostener, alinear, prevenir o corregir deformidades de una parte del cuerpo, mejorando así la función de las partes móviles. (ScienceDirect, 2007)

## Introducción

Zanna Salud es una empresa colombiana con más de 15 años de trayectoria en el sector de la tecnología médica especializada, enfocada en ofrecer soluciones innovadoras para la rehabilitación, la neurociencia aplicada y la fisioterapia avanzada. La compañía importa, distribuye y capacita sobre dispositivos médicos de alta tecnología, trabajando con reconocidas marcas internacionales como Orfit, Astar, Mitsar EEG y Thought Technology. Su propósito no se limita a la comercialización de productos, sino que busca generar un impacto positivo en la vida de pacientes y profesionales, brindando acceso a herramientas respaldadas científicamente.

Este informe está estructurado para presentar los aportes generados desde el área comercial y de marketing digital de la empresa durante el periodo de práctica empresarial. Dentro de las funciones desarrolladas se destaca la creación de contenido gráfico y audiovisual para redes sociales, la planificación estratégica de publicaciones, el análisis de desempeño digital y el diseño de campañas de atracción de clientes. Además, se implementó un análisis del entorno a través de la metodología PEST, donde se consideraron factores como la reforma al sistema de salud en Colombia, el envejecimiento poblacional, el crecimiento del mercado de dispositivos médicos y la rápida adopción de tecnologías como el Neurofeedback y la robótica en salud. Este análisis permitió contextualizar el entorno actual de la empresa y plantear recomendaciones concretas para fortalecer su posicionamiento nacional e internacional.

La experiencia fue enriquecedora tanto a nivel profesional como personal, permitiendo aplicar conocimientos teóricos en un entorno empresarial real, interactuar con equipos multidisciplinarios, conocer procesos de importación y distribución, y participar activamente en estrategias de comercialización dentro del sector salud. Asimismo, se logró aportar al desarrollo digital de una marca con alto impacto social y proyección internacional.

Para finalizar, este documento se encuentra organizado en capítulos que abordan: el contexto de la práctica empresarial; la descripción organizacional de Zanna Salud; las funciones desarrolladas durante la práctica; el marco normativo relacionado; los aportes realizados a la empresa; el análisis del entorno macro y microeconómico; y una propuesta de mejora. Cada apartado ofrece una visión integral de la práctica, permitiendo evidenciar el impacto del proceso formativo y profesional en el contexto real de los negocios internacionales.

## **1. Informe de práctica empresarial realizado en la empresa Zanna Salud**

### **1.1 Contexto de la práctica empresarial**

Durante el desarrollo de mi práctica empresarial en Zanna Salud, una empresa reconocida por su compromiso con la innovación en tecnologías de rehabilitación, neurotecnología y fisioterapia avanzada, tendré la oportunidad de aplicar y fortalecer mis conocimientos en negocios internacionales.

Zanna Salud se especializa en la distribución de dispositivos médicos de alta tecnología como sistemas de Neurofeedback, Biofeedback, electroestimulación, láser terapéutico y equipos de rehabilitación multisensorial. Esta oferta posiciona a la empresa como un actor clave en el creciente mercado colombiano de dispositivos médicos, especialmente ahora donde el sector salud está en expansión debido a reformas políticas, inversiones gubernamentales en infraestructura hospitalaria y la creciente demanda de tecnología médica avanzada.

La práctica se estructura dentro de un enfoque de prácticas internacionales, donde no solo se analizará el funcionamiento interno de la empresa, sino también su proyección hacia la internacionalización, las oportunidades de expansión en mercados emergentes y su capacidad para adaptarse a las tendencias globales en el sector salud.

Parte fundamental de esta práctica será realizar un análisis interno de la organización, identificando fortalezas, oportunidades de mejora y áreas críticas para fomentar la competitividad internacional de Zanna Salud. Este análisis permitirá sugerir estrategias de mejora continua, enfocadas en optimizar procesos, fortalecer relaciones comerciales y adaptar su oferta de valor a las nuevas dinámicas del mercado de dispositivos médicos, tanto en Colombia como en otros países.

De esta forma, la práctica no solo fortalecerá mis habilidades profesionales, sino que también contribuirá a que Zanna Salud continúe consolidándose como líder en innovación en el sector salud, adaptándose a un entorno de alta competitividad y transformación tecnológica.

## **1.2 Justificación**

La empresa Zanna Salud actualmente se encuentra en una etapa de crecimiento estratégico, en la que busca fortalecer su equipo humano con nuevos talentos que no solo aporten sus conocimientos, sino también su disposición para innovar y crecer tanto a nivel personal como profesional. Dado su enfoque en tecnologías de rehabilitación, neurotecnología, fisioterapia avanzada y soluciones médicas de alta calidad, Zanna Salud necesita integrar profesionales que comprendan el entorno global, las tendencias del mercado internacional y que puedan contribuir a su proceso de expansión y consolidación en nuevos mercados.

Como estudiante de Negocios Internacionales, realizar mi práctica empresarial en Zanna Salud representa una oportunidad ideal para aplicar mis conocimientos en comercio exterior, estrategias de internacionalización, análisis de mercados globales y desarrollo de planes de expansión comercial. Además, podré aportar una visión estratégica sobre cómo optimizar los procesos internos para hacer a la empresa más competitiva no solo en Colombia, sino también en otros países.

Zanna Salud se ha planteado como meta lograr un mayor reconocimiento nacional e internacional, aprovechando el crecimiento del mercado de tecnología médica en Colombia y la tendencia de adopción de tecnologías en el sector salud. Mi práctica estará orientada a apoyar el diseño de nuevas estrategias comerciales y de posicionamiento, que permitan no solo mejorar el

desempeño de la empresa, sino también abrir puertas a alianzas, nuevos canales de distribución y oportunidades de negocios internacionales.

Elegí realizar mi práctica en Zanna Salud porque considero que es una empresa innovadora, en constante evolución y con una misión clara de transformar el sector salud a través de la tecnología. Además, es una excelente plataforma para aplicar mis habilidades de análisis de mercados internacionales, planificación estratégica y desarrollo de negocios, contribuyendo al mismo tiempo al crecimiento sostenible de la organización.

De esta forma, la práctica me permitirá desarrollar competencias clave en negocios internacionales, fortalecer mi perfil profesional y ser parte activa de un proceso real de internacionalización, aportando valor a una empresa con gran potencial de expansión en el sector médico-tecnológico.

### **1.3 Objetivos**

#### ***1.3.1 Objetivo general***

Apoyar al departamento de Marketing de la empresa Zanna Salud en el fortalecimiento de su posicionamiento nacional e internacional, mediante el desarrollo de estrategias digitales, el análisis de mercados potenciales y la optimización de procesos de servicio al cliente a través del uso de herramientas como HubSpot, con el fin de aportar al crecimiento comercial y a la expansión internacional de la empresa.

### ***1.3.2 Objetivos específicos***

- Diseñar estrategias de contenido digital para redes sociales (Instagram, LinkedIn y Facebook), que refuercen la identidad de la marca de Zanna Salud y aumenten su reconocimiento en el mercado nacional e internacional.
- Actualizar la base de datos de clientes en la herramienta de CRM HubSpot
- Realizar un seguimiento sistemático y estructurado de las redes sociales de la empresa mediante el monitoreo continuo de la actividad digital.

## **2. Perfil de la empresa**

### **2.1 Razón social de la empresa**

Zanna S.A.S, es una empresa del sector de la salud en el área de medicina preventiva y de rehabilitación (ZANNA, s.f.)

### **2.2 Objeto social de la empresa**

“La sociedad de Zanna S.A.S tendrá como objeto social principal: El desarrollo de actividades y servicios relacionados con el sector de la salud, bien como gestora o prestadora directa de estos servicios y actividades” (ZANNA, s.f.)

### **2.3 Dirección, teléfono, correo electrónico y jefe inmediato en la empresa**

La empresa Zanna Salud está ubicada en Colombia y en Estado Unidos, su ubicación en Colombia es en calle 106 No. 54 – 14 Edificio Torre 11 Of. 706 Bogotá D.C, Colombia, los medios

de contacto son por el teléfono fijo (57+7) 703 6636, Celular (+57) 3233013689 y por correo electrónico [info@zannasalud.com](mailto:info@zannasalud.com)

En Estados Unidos, Zanna International Venture LLC, USA. EEUU el medio de contacto es Tel: +1 (469) 8195292 contacto por correo electrónico [international.sales@zannasalud.com](mailto:international.sales@zannasalud.com)

El jefe inmediato es Juanita Alexandra Ivannova Vega, Gerente y representante Legal de la Empresa

## **2.4 Estructura organizacional**

Se dará a conocer como está estructurada la empresa Zanna Salud, cuales son líneas de mando y de esta manera se indicará cuál es la misión y visión.

### ***2.4.1 Misión de la empresa***

“Nuestra misión es proporcionar rehabilitación integral al cuerpo humano mediante la aplicación de tecnologías de vanguardia y productos de reconocimiento mundial. Nos respaldamos en profesionales calificados y en marcas líderes en el avance de la ciencia para garantizar la más alta calidad en nuestros servicios. Nos comprometemos a satisfacer las necesidades de nuestros clientes, ofreciendo excelentes beneficios y resultados excepcionales en su camino hacia la recuperación y el bienestar”. (ZANNA, s.f.)

### ***2.4.2 Visión de la empresa***

“Visualizamos un horizonte donde ZannaSalud emerge como el referente indiscutible en el mercado latinoamericano. Con equipos de tecnología punta y productos reconocidos

mundialmente, trazamos el camino hacia un sector salud más avanzado, inspirando cambios positivos y transformando vidas con nuestra dedicación y excelencia.” (ZANNA, s.f.)

**2.4.3 Organigrama de la empresa**

A continuación, se presentará el organigrama de la empresa Zanna Salud

**Figura 1. Organigrama Zanna Salud**



Adaptado de los recursos internos de la empresa (Zanna Salud, 2020).

En la figura 1, se puede evidenciar el organigrama de la compañía Zanna Salud, donde se puede observar las líneas jerárquicas y/o líneas de mando, además, se especifican los puestos de trabajos y las diferentes áreas que lo conforman.

## 2.5 Aspectos económicos

### 2.5.1 Entorno macroeconómico

Análisis PEST del entorno macroeconómico de la empresa Zanna Salud, donde se analizará los factores externos que influyen en el crecimiento de la organización.

**Figura 2.** *Análisis PEST – Zanna Salud*



En la figura 2 se presenta la matriz PEST, herramienta de análisis estratégico que permite identificar y evaluar los factores del entorno macroeconómico que pueden incidir en el desarrollo y competitividad de la organización. Dichos factores incluyen dimensiones políticas, económicas,

sociales y tecnológicas, las cuales pueden representar tanto oportunidades como amenazas para el crecimiento y el posicionamiento de la empresa en el mercado nacional e internacional.

#### *Factores políticos*

- *Reforma al sistema de salud:* esta reforma busca transformar el modelo actual de salud, pasando de un sistema gestionado por EPS a uno público, que uno de sus objetivos es fortalecer la atención primaria y recuperar la red de centros de salud en las zonas rurales. El gobierno invertirá en los centros de salud y es una oportunidad importante para la empresa Zanna Salud ya que podría equipar las áreas de salud con equipo de última tecnología, teniendo en cuenta que estos productos son importados de sus aliados tecnológicos en el mercado internacional (Asprilla, 2025)

- *Desigualdad regional:* en Colombia se evidencia gran desigualdad regional, ya que hay ciertos departamentos que tienen un gran porcentaje de inversión en la salud y hay otros que son tenidos en cuenta, pero con un porcentaje menor, según (Galvis-Aponte, 2023) “Las IPS privadas tienen presencia en el 56% de los municipios en Colombia respecto al 96% de cobertura que tienen las de carácter público. Además, se encuentra según el REPS que en 2020 un 9% de los municipios no tenía presencia de ninguna clase de IPS. Existen también una gran cantidad de municipios en los que solo hay cobertura del sector público (495 municipios) y tan solo en 44 existe del sector privado.”

- *Incremento del gasto público:* el incremento del gasto público para el área de la salud para el año 2024 fue 18.9%, este aumento se puede ver evidenciado en infraestructura, en instrumentos de rehabilitación, tecnología médica; lo cual es beneficio para la empresa Zanna Salud ya puede ser un cliente potencial para las empresas del área de la salud.

### *Factores económicos*

- *Crecimiento del mercado de dispositivos médicos:* en los últimos años, ha aumentado el número de personas que padecen enfermedades crónicas y relacionadas con el estilo de vida, lo que ha llevado a que los profesionales de la salud y las instituciones presten más atención al cuidado constante de los pacientes. En este contexto, se espera que el mercado de dispositivos médicos en Colombia crezca significativamente, alcanzando los 2.210 millones de dólares para el año 2030. (FORTUNE BUSINESS INSIGHTS, 2025)

- *Dependencia de las importaciones:* Colombia es un país muy dependiente de las importaciones, realizan más importaciones que exportaciones lo cual en la balanza comercial se encuentra en déficit. Este factor es muy importante ya que la mayoría de los productos de rehabilitación que tiene la empresa Zanna Salud en su gran mayoría son exportados y el riesgo es volatilidad de la moneda de cambio, cambio de aranceles y entre otros factores importantes.

- *Iniciativa de producción local:* Colombia está impulsando iniciativas para fortalecer la producción local y apoyar a las empresas nacionales que apuesten por la innovación. En este contexto, Zanna Salud podría beneficiarse si decide desarrollar y producir sus propios productos de rehabilitación. Esta estrategia no solo le permitiría acceder a beneficios tributarios, sino también fortalecer su presencia tanto en el mercado nacional como internacional.

### *Factores sociales*

- *Cobertura sanitaria:* Colombia ha logrado un gran avance en su sistema de salud al alcanzar una cobertura del 99,6 % en aseguramiento universal. Esto significa que casi toda la población cuenta con acceso al sistema de salud, sin necesidad de hacer grandes aportes económicos. Actualmente, más de 24 millones de personas están afiliadas al Régimen Contributivo (quienes tienen capacidad de pago), y una cifra similar al Régimen Subsidiado (quienes reciben

apoyo del Estado), lo que refleja un sistema de salud más inclusivo y accesible para todos. (MinSalud, 2022)

- *Envejecimiento poblacional:* en las últimas décadas, Colombia ha experimentado un notable aumento en su población adulta mayor. Mientras que en 1985 este grupo representaba una pequeña fracción de la sociedad, hoy su presencia ha crecido considerablemente y se espera que para 2030 supere el 16 % del total de habitantes. Este cambio demográfico indica un envejecimiento progresivo de la población, ya que el número de personas mayores está creciendo a un ritmo más rápido que el de niños, niñas y adolescentes, lo cual, conlleva a que los productos de rehabilitación sean de alta demanda a medida que avance el tiempo. (MinSalud, 2021)

- *Aumento de enfermedad crónicas y neurológicas:* en Colombia, las enfermedades crónicas afectan a un porcentaje considerable de la población, especialmente a los adultos mayores que enfrentan condiciones como la diabetes, el cáncer y la EPOC. Ante esta situación, el gobierno ha intensificado sus esfuerzos para fortalecer la infraestructura del sistema de salud, facilitando el acceso a dispositivos médicos en hospitales y centros de atención, lo cual permitirá que Zanna Salud sea reconocido a nivel nacional por la calidad de los productos que son exportados y que tienen como fin mejorar la calidad de vida de las personas. (FORTUNE BUSINESS INSIGHTS, 2025)

#### *Factores tecnológicos*

- *Adopción de tecnología:* la tecnología médica en Colombia está creciendo rápido y se espera que el mercado alcance US\$2.840 millones para 2025. Este avance crea una gran oportunidad para Zanna Salud, que ofrece soluciones innovadoras como neurotecnología, estimulación multisensorial, Biofeedback, electroterapia y equipos de rehabilitación, ideales para atender esta nueva demanda.

- *Visibilidad online:* las redes sociales se han convertido en un eje fundamental de la globalización, ya que a través de las plataformas digitales una empresa puede potenciar o limitar su crecimiento, dependiendo de la estrategia utilizada. Estas herramientas no solo amplían la visibilidad de la marca, sino que también ejercen una gran influencia en las decisiones de los consumidores. De acuerdo (EUROINNOVA, s.f.) las redes sociales permiten a las organizaciones conocer mejor a su público objetivo, lo cual facilita la creación de campañas publicitarias más efectivas, relevantes y atractivas para los usuarios.
- *Inversión en infraestructura tecnológica:* el gobierno colombiano está invirtiendo en la modernización de hospitales y centros de salud, incluyendo la adquisición de tecnología médica avanzada, lo que representa oportunidades para proveedores de dispositivos médicos (MinSalud, 2024)

### **2.5.2 Entorno microeconómico**

A continuación, se realizará un análisis microeconómico de la empresa Zanna Salud, en donde se permite comprender de manera detallada el comportamiento de la empresa dentro del mercado de dispositivos médicos y soluciones de rehabilitación en Colombia. A través de este análisis se estudian factores como la oferta y demanda de sus productos, el perfil de sus consumidores, la competencia directa e indirecta.

Dado que Zanna Salud se especializa en la comercialización de tecnologías avanzadas en fisioterapia, neurotecnología, estimulación multisensorial y rehabilitación, resulta fundamental identificar cómo estas variables afectan su desempeño en el mercado local y cómo la empresa puede fortalecer su posición frente a una industria que está en constante evolución.

Este análisis permitirá evaluar las oportunidades de crecimiento, las ventajas competitivas y los retos que enfrenta Zanna Salud en su entorno.

**2.5.2.1. Mercado:** actualmente; el mercado de dispositivos médicos muestra una demanda creciente por terapias que integren mente y cuerpo, una tendencia que se ajusta perfectamente a la propuesta de valor de la empresa Zanna Salud que se enfoca en soluciones avanzadas y personalizadas de rehabilitación.

Colombia, y en particular Bogotá, se ha consolidado como un centro estratégico para la industria de dispositivos médicos en América Latina. Según (Invest in Bogotá, s.f.), la ciudad cuenta con más de 100 empresas nacionales e internacionales del sector, respaldadas por una infraestructura sólida, un entorno de innovación y un acceso privilegiado a mercados regionales. Este crecimiento representa una oportunidad significativa para la empresa Zanna Salud, ya que el entorno promueve la inversión, facilita el establecimiento de alianzas estratégicas y fomenta la expansión en mercados emergentes. Además, la alta demanda de tecnología médica avanzada y de soluciones innovadoras de rehabilitación favorece la oferta diferenciada de Zanna Salud, enfocada en rehabilitación, neurotecnología, salas multisensoriales y dispositivos de electroterapia de alta calidad.

**2.5.2.2. Proveedores:** la empresa Zanna Salud cuenta con una sólida red de proveedores internacionales que le suministran productos especializados en rehabilitación física, neurofeedback, biofeedback y salas multisensoriales. Entre sus principales aliados se encuentran marcas reconocidas como AlterG, Thought Technology, Mitsar EEG y Orfit, entre otros. Es fundamental que estos proveedores cumplan con todos los requisitos regulatorios y obtengan los vistos buenos exigidos por las autoridades colombianas para la comercialización de dispositivos médicos. Este cumplimiento garantiza que los productos puedan ser distribuidos de manera legal

en el país, asegurando así la calidad, seguridad y confianza en los servicios que ofrece la empresa Zanna Salud.

**2.5.2.3. Competencia:** la empresa Zanna Salud; compite con otras empresas a nivel nacional e internacional que ofrecen productos para el área de la salud.

La industria está en constante crecimiento, impulsada por avances tecnológicos y la creciente demanda de productos de salud en los mercados. Para que Zanna Salud continúe expandiéndose, es crucial que considere ciertos aspectos clave:

- *Identificación:* conocer a los principales competidores es esencial; En este caso, Zanna Salud compite con proveedores internacionales de países como Estados Unidos, Alemania y México, que dominan el mercado global. Estos competidores tienen la ventaja de un mayor tamaño, experiencia diversificada y poder tecnológico. Para diferenciarse, Zanna Salud debe identificar factores de diferenciación, como la calidad de sus productos y la eficiencia en su proceso de importación. Además, debe evaluar qué aspectos relevantes puede optimizar en su cadena de suministro y la relación con sus proveedores internacionales para mantener la competitividad. (OEC, s.f.)

- *Estrategia competitiva:* la oportunidad de Zanna Salud está en destacarse mediante la innovación en la oferta de productos, el desarrollo de alianzas estratégicas con proveedores de alta calidad y la mejora continua de sus procesos operativos. Además, el enfoque en el servicio al cliente y la personalización de soluciones de salud será crucial, ya que estos son los factores que marcan la diferencia en el sector. Si Zanna Salud trabaja en fortalecer estos aspectos, podrá sobresalir en un mercado tan competitivo y seguir creciendo a pesar de las grandes empresas que se encuentran en el sector.

**2.6 Portafolio de productos y/o servicios de la empresa**

**Tabla 1.** *Porfolio de los productos de Zanna Salud*

ZANNA SALUD		
Proveedores	Productos	Función
ORFIT	Orfiguard	Es un protector facial termoformable, diseñado para proteger el rostro de lesiones durante procesos de rehabilitación o actividades deportivas.
	Orficast	Es un material termoplástico en forma de cinta o venda, que se utiliza en la fabricación de férulas y dispositivos de inmovilización.
	Orfilight NS	Es un material termoplástico ultraligero, utilizado en la confección de férulas de bajo peso. Su ventaja principal es la comodidad para el paciente, ya que reduce la carga sobre la extremidad lesionada.
	MultiFit NS:	Es un material termoplástico versátil y multipropósito, utilizado en diferentes tipos de férulas y dispositivos ortopédicos
	Aquafit NS	Es un material termoplástico resistente al agua, ideal para confeccionar férulas que pueden usarse durante la terapia acuática o en pacientes que necesitan mantener inmovilización mientras realizan actividades.
THOUGHT TECH	Starter System	Sistema inicial para entrenamientos básicos de Biofeedback y Neurofeedback, ideal para aprendizaje
	Biofeedback	Tecnología que permite registrar respuestas fisiológicas (frecuencia cardíaca, respiración, tensión muscular, etc.) para entrenar al paciente en el control de sus funciones corporales.

	eVu TPS Package - T4500	Dispositivo portátil que mide niveles de estrés a través de parámetros como la variabilidad cardíaca, temperatura y conductancia de la piel, usado en rehabilitación y manejo del estrés.
ASTAR	Impactis M+	Equipo de terapia por ondas de choque radiales, utilizado en fisioterapia para tratar dolor musculoesquelético crónico y acelerar procesos de recuperación
	PhysioGo.Lite ELECTRO	Dispositivo de electroterapia portátil para analgesia, estimulación muscular y rehabilitación neuromuscular
	PhysioGo 701	Equipo multifuncional de fisioterapia que combina electroterapia, ultrasonido y terapia combinada, ideal para tratamientos avanzados de rehabilitación.
MITSAR	Mapeo cerebral	Sistema para realizar QEEG (Electroencefalografía cuantitativa), que analiza la actividad eléctrica cerebral y apoya diagnósticos en neurociencia clínica.
	EEG	Sistema para realizar QEEG (Electroencefalografía cuantitativa), que analiza la actividad eléctrica cerebral y apoya diagnósticos en neurociencia clínica.

De acuerdo a la imagen anterior, Zanna Salud trabaja directamente con marcas reconocidas a nivel mundial como Orfit, especializada en materiales termoplásticos para órtesis y máscaras faciales; Thought Technology, líder en neurofeedback y biofeedback; Astar, que ofrece equipos de fisioterapia como láseres, electroterapia y tecarterapia; y Mitsar, proveedor de sistemas EEG y tecnología para mapeo cerebral.

Además de estos fabricantes, Zanna Salud también comercializa productos de otras marcas de alto prestigio como Hydro Physio (caminadoras acuáticas), Tyromotion (rehabilitación robótica

avanzada), y Baseline (evaluación funcional). Estas alianzas permiten que Zanna Salud ofrezca soluciones integrales en neurorehabilitación, fisioterapia y salud ocupacional, posicionándose como una empresa pionera en el uso de tecnología para transformar la rehabilitación clínica a nivel nacional.

## **2.7 Aspectos del mercado que atiende la empresa Zanna Salud**

La empresa tiene un gran portafolio de productos que abarca múltiples áreas de la salud y el bienestar, entre las que se destacan la Fisioterapia, Terapia Ocupacional, Salud Ocupacional, Ortopedia, Medicina Deportiva, Psicología, Ergonomía, Neurorehabilitación y Fitness. Estos campos de acción responden a las necesidades de profesionales y centros especializados que buscan herramientas confiables para la prevención, el diagnóstico y la rehabilitación de sus pacientes. (ZANNA, s.f.)

### ***2.7.1. Sucursal a nivel nacional***

A nivel nacional, Zanna Salud cuenta con su sede principal ubicada en la ciudad de Bogotá, en la Calle 106 No. 54 – 14, Edificio Torre 11, Oficina 706. Desde esta dirección se gestionan las operaciones administrativas, comerciales y logísticas que permiten la distribución de tecnología médica especializada a diferentes regiones del país.

### ***2.7.2. Sucursales a nivel internacional***

A nivel internacional, Zanna Salud tiene presencia a través de su filial en Estados Unidos, Zanna International Venture LLC, USA. Esta sede internacional fortalece las operaciones comerciales y logísticas fuera del territorio colombiano, permitiendo una conexión directa con proveedores globales.

### 3. Cargo y funciones desempeñadas

#### 3.1 Cargo desempeñado

Teniendo en cuenta el convenio suscrito con la Universidad y la empresa Zanna Salud el cargo que se desempeño es Asistente de Marketing e Expansión a nuevos mercados

#### 3.2 Funciones asignadas

Durante la práctica se desarrollaron diversas funciones en el área comercial de la empresa, enfocadas principalmente en el fortalecimiento de la presencia digital y la captación de nuevos clientes potenciales. Entre las principales actividades que se realizaron se encuentran:

- *Análisis de redes sociales:* se evaluó el desempeño de las plataformas digitales de la empresa (Instagram, LinkedIn y Facebook), mediante el seguimiento de métricas clave como visualizaciones, alcance y crecimiento de la comunidad. Este análisis permitió identificar oportunidades de mejora en la comunicación digital, ajustar las estrategias de contenido y optimizar la interacción con la audiencia en función de los resultados obtenidos.

En la figura 3 se pueden observar las estadísticas correspondientes al periodo de marzo a junio, donde se evidencia un aumento progresivo en la interacción, las visualizaciones del contenido y el crecimiento del número de seguidores a medida que avanzan los meses.

Figura 3 Estadísticas Instagram

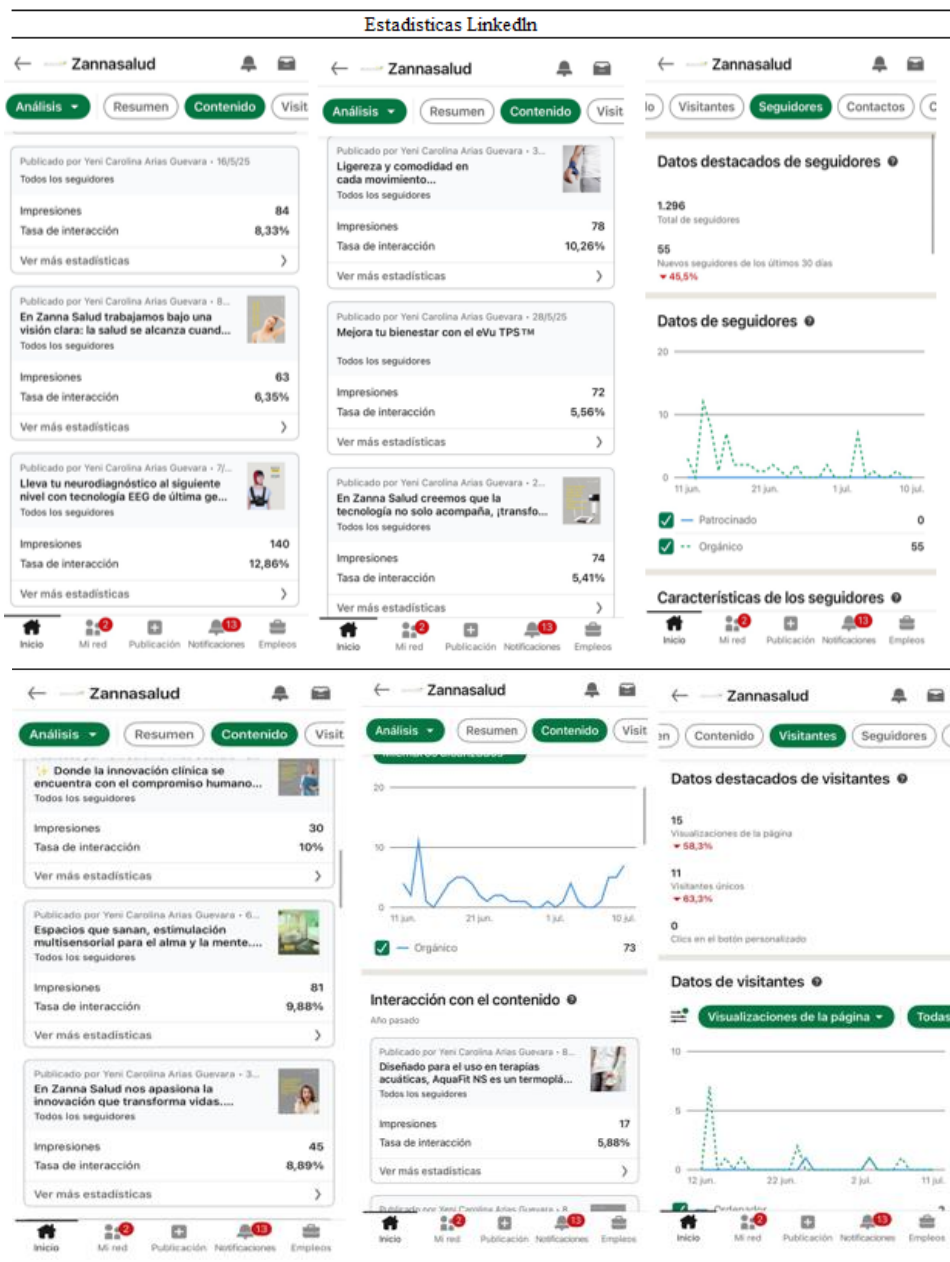


Tomado de ZannaSalud. [@ZannaSalud]. (2025,08). [Metricas].

Además, es importante destacar el crecimiento de la red social LinkedIn, el cual se puede evidenciar en la figura 4. En esta se observa cómo, a medida que han transcurrido los meses, ha

aumentado tanto el número de seguidores como las interacciones e impresiones generadas a partir de las publicaciones realizadas. Este comportamiento refleja una evolución positiva en el alcance y posicionamiento de la empresa en esta plataforma profesional.

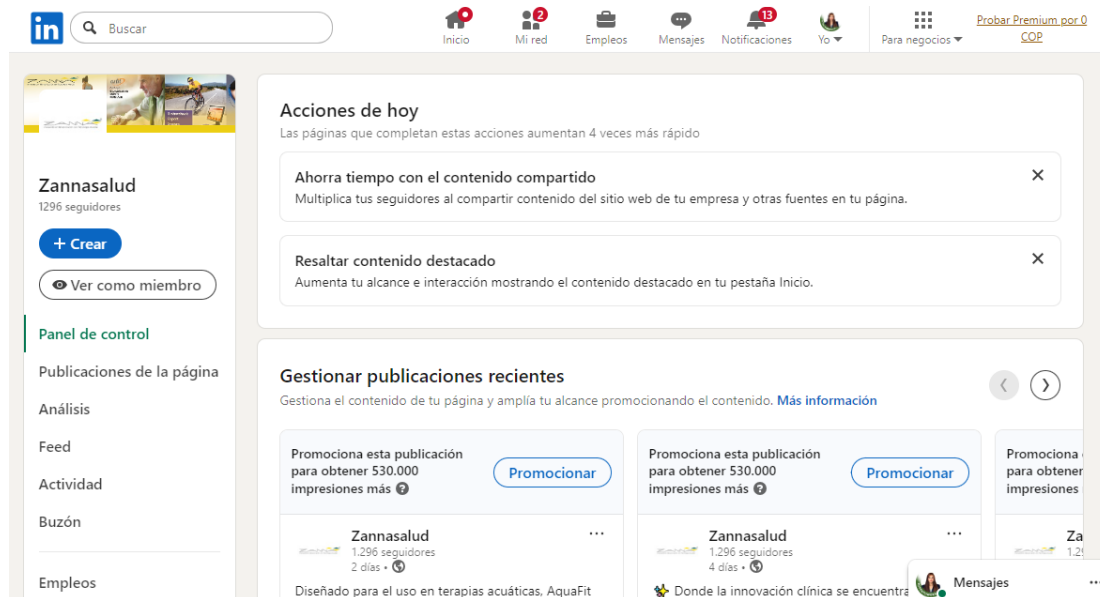
Figura 4 Estadísticas LinkedIn



Tomado de ZannaSalud. [@ZannaSalud]. (2025,08). [Metricas]. LinkedIn

- *Diseño de estrategias de atracción de clientes:* tras realizar un análisis detallado del rendimiento en las redes sociales, se procedió al diseño e implementación de una estrategia de marketing digital enfocada en atraer y fidelizar clientes potenciales. La información se detalla en el plan de mejora.
- *Creación de contenido digital:* se diseñaron publicaciones adaptadas para cada red social (Instagram, LinkedIn y Facebook), considerando el lenguaje, el formato y los intereses del público en cada plataforma. La información se detalla en el plan de mejora
- *Gestión de redes sociales:* una vez definida la estrategia de marketing digital y diseñado el contenido digital correspondientes, se procede a la programación, publicación y monitoreo del contenido en las plataformas sociales



**Figura 6** Red social LinkedIn

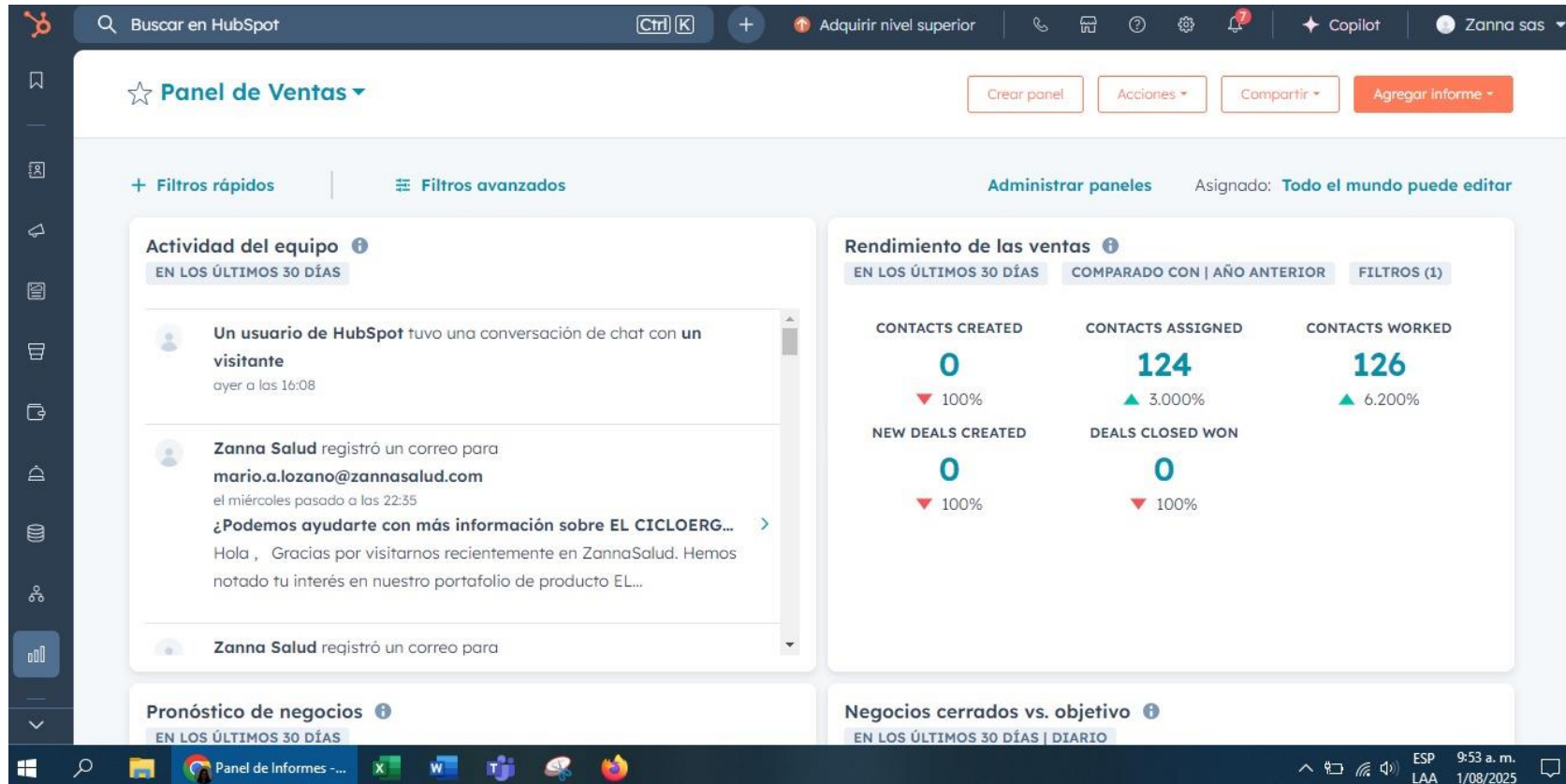
Tomado de ZannaSalud. [@ZannaSalud]. (2025,08). [Metricas]. LinkedIn

En las imágenes 5 y 6 se puede observar la red social y el contenido que se ha ido publicando, en concordancia con el cronograma y la barra de contenido previamente diseñados.

- *Gestión de CRM HubSpot*

Se llevó a cabo la actualización de los contactos registrados en la base de datos, mediante la implementación de campañas de envío de correos electrónicos, lo que permitió optimizar la organización y el seguimiento de la información de los clientes.

Figura 7 HubSpot



HubSpot CRM interface showing a list of contacts. The interface includes a search bar, filters, and a table with columns for name, email, phone number, lead status, and owner.

Search: Buscar en HubSpot

Quality: Calidad de los datos

Buttons: Acciones, Importar, Crear contacto

View: + Agregar vista (1/5) Todas las vistas

Filters: Propietario del contacto, Fecha de creación, Última actividad, Estado del lead, + Más, Filtros avanzados

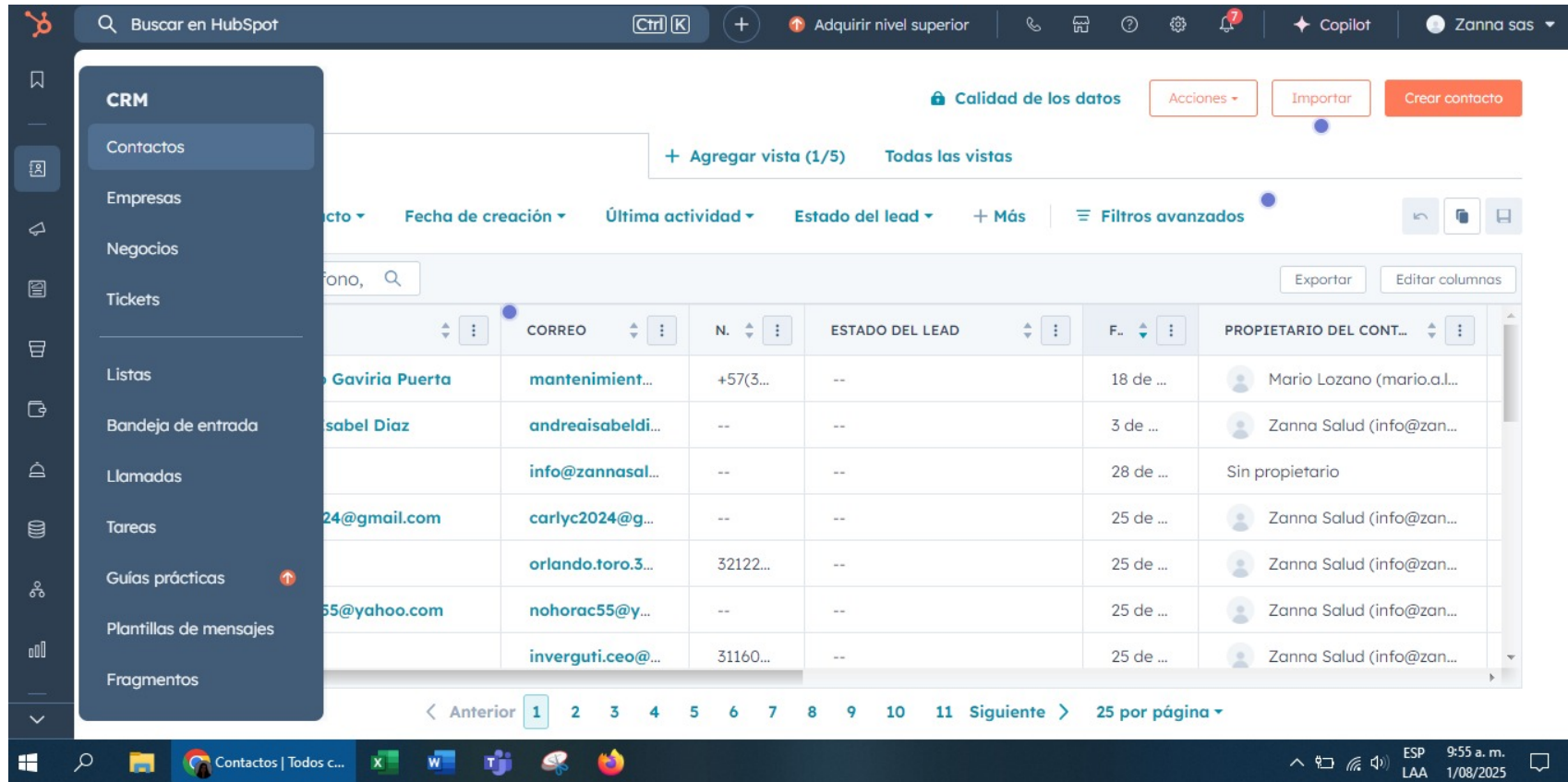
Search: Buscar nombre, teléfono

Buttons: Exportar, Editar columnas

	NOMBRE	CORREO	N.	ESTADO DEL LEAD	F.	PROPIETARIO DEL CONT...
<input type="checkbox"/>	Santiago Gaviria Puerta	mantenimient...	+57(3...	--	18 de ...	Mario Lozano (mario.a.l...
<input type="checkbox"/>	AD Andrea Isabel Diaz	andreaisabeldi...	--	--	3 de ...	Zanna Salud (info@zan...
<input type="checkbox"/>	Juana	info@zannasal...	--	--	28 de ...	Sin propietario
<input type="checkbox"/>	C carlyc2024@gmail.com	carlyc2024@g...	--	--	25 de ...	Zanna Salud (info@zan...
<input type="checkbox"/>	O Orlando	orlando.toro.3...	32122...	--	25 de ...	Zanna Salud (info@zan...
<input type="checkbox"/>	N nohorac55@yahoo.com	nohorac55@y...	--	--	25 de ...	Zanna Salud (info@zan...
<input type="checkbox"/>	M Mauricio	inverguti.ceo@...	31160...	--	25 de ...	Zanna Salud (info@zan...

Navigation: < Anterior 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 Siguinte > 25 por página

System tray: Windows, Search, File Explorer, HubSpot, Excel, Word, Teams, Browser, System icons, ESP LAA, 9:54 a. m., 1/08/2025



Tomado de ZannaSalud. (2025,08). HubSpot.

En la figura 7 se presenta el CRM HubSpot, donde se visualizan los contactos registrados a través de la página web de Zanna Salud. A dichos contactos se les envió un correo electrónico con el fin de actualizar su información y verificar si sus consultas habían sido debidamente resueltas.

**Tabla 2.** *Listado de funciones y horas asignadas*

<b>Nombre de la Función</b>	<b>Horas por semana</b>
Análisis de redes sociales	6
Diseño de estrategias de atracción de clientes	6
Creación de contenido digital	6
Gestión de redes sociales	16
Gestión de clientes HubSpot	12
<b>Total</b>	<b>46</b>

### **3.3 Procesos, procedimientos y herramientas**

Para el desarrollo de las funciones se llevó a cabo los siguientes procesos, procedimientos y herramientas

#### *Proceso*

Los procesos asociados a las funciones en la práctica empresarial en la empresa Zanna Salud estuvieron orientados a:

***El fortalecimiento de la estrategia digital, el posicionamiento de marca y la atracción de clientes potenciales.***

Para este proceso se realizaron los siguientes procedimientos

- Análisis de las redes sociales
- Diseño de las estrategias de atracción
- Creación y gestión de contenido digital
- Gestión de redes sociales

Para estos procedimientos se utilizaron las siguientes herramientas

Se utilizaron diversas herramientas digitales que facilitaron la creación, edición y programación del contenido en redes sociales. Entre ellas se destacan Canva para el diseño gráfico de publicaciones, CapCut para la edición de videos cortos utilizados en historias y reels, y Preview como herramienta de planificación visual y programación de contenido, lo que permitió mantener una comunicación coherente, atractiva y organizada en las plataformas digitales de la empresa.

#### **4. Marco conceptual y normativo**

##### **4.1 Marco conceptual**

Según (Universidad Francisco de Vitoria, s.f.) indica que el comercio internacional es el proceso mediante el cual se realiza el intercambio de bienes y servicios entre dos o más países, permitiendo a las economías acceder a productos y servicios que, de otro modo, no estarían disponibles localmente. Este intercambio se conoce como exportación e importación, y se lleva a cabo a través de diversos medios de transporte, como el marítimo, el aéreo o el multimodal, dependiendo de las características y requisitos de los bienes transportados.

Gracias a este comercio, se establecen interacciones económicas que permiten el flujo de divisas entre los países participantes, beneficiando a sus economías. Este flujo de capital no solo mejora la balanza comercial, sino que también facilita el acceso a tecnología, conocimientos y

recursos extranjeros que impulsan el desarrollo interno. Además, el comercio internacional fomenta la cooperación y las relaciones diplomáticas, y contribuye al crecimiento y la competitividad de los países al integrarlos en el mercado global y permitirles especializarse en sectores en los que son más eficientes.

De esta manera, resulta fundamental reconocer la relevancia que tienen los Tratados de Libre Comercio (TLC) para un país y sus empresas. Estos acuerdos internacionales no solo facilitan el acceso a nuevos mercados, sino que también establecen condiciones preferenciales para la circulación de bienes y servicios. Gracias a la suscripción de los TLC, se permite la reducción o eliminación progresiva de aranceles, lo que significa que un porcentaje importante de las mercancías que ingresan o salen del territorio nacional puede hacerlo con menores cargas impositivas.

Este mecanismo genera un impacto directo en el aumento del flujo comercial, ya que promueve la competitividad de los productos nacionales en el exterior y facilita la adquisición de insumos y tecnologías provenientes de otros países a costos más accesibles. A su vez, los TLC fomentan la diversificación de mercados y reducen la dependencia de un único socio comercial, contribuyendo al fortalecimiento de la balanza comercial y a la integración económica global.

En este sentido, contar con acuerdos de esta naturaleza se convierte en una herramienta estratégica no solo para impulsar el crecimiento empresarial y las exportaciones, sino también para consolidar un entorno más dinámico, en el que la innovación, la cooperación internacional y la atracción de inversión extranjera se convierten en factores clave para el desarrollo económico sostenible.

## 4.2 Marco normativo

A continuación, se detallan las principales normas y leyes que rigen el comercio internacional:

### 4.2.1. Normas nacionales

- *Estatuto Aduanero (Decreto 1165 de 2019)*

El Estatuto Aduanero colombiano establece el marco normativo para el control, manejo y despacho de mercancías que ingresan o salen del país.

- *Acuerdos Comerciales Internacionales*

Colombia ha firmado una serie de Tratados de Libre Comercio (TLC) y acuerdos comerciales para facilitar el intercambio con otros países y regiones

- *Código de Comercio*

El Código de Comercio colombiano incluye disposiciones relacionadas con el comercio internacional, regulando: Contratos internacionales, transporte de mercancías, etc.

- *Normas de Competencia y Antidumping (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo)*

Colombia aplica medidas antidumping y derechos compensatorios en productos importados que puedan amenazar la industria local.

### 4.2.2. Leyes internacionales

- *Organización Mundial del Comercio (OMC)*: promueve el libre comercio y establece normas para el comercio internacional.
- *Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT)*: reduce aranceles y barreras comerciales entre países.

- *Acuerdo de Libre Comercio (ALC)*: establece zonas de libre comercio entre países.
- *Convenio de Viena sobre Compraventa Internacional de Mercaderías*: regula los contratos de compraventa internacional.

## **5. Aportes**

### **5.1 Propuesta de valor agregado a la empresa**

La propuesta de valor se centró en el diseño e implementación de estrategias de atracción y fidelización de clientes mediante el uso de redes sociales como canales de comunicación y posicionamiento digital. Este proceso incluyó la planificación estructurada de contenidos, la gestión de publicaciones interactivas y el análisis del desempeño de las plataformas, con el propósito de fortalecer la visibilidad de la empresa.

#### ***5.1.1 Identificación de la situación problemática***

Zanna Salud cuenta con una base considerable de seguidores en sus redes sociales; sin embargo, estas plataformas se encontraban inactivas, con escasa generación de contenido y bajos niveles de interacción con los usuarios. Esta situación limitaba significativamente su presencia digital y reducía las oportunidades de posicionamiento y vinculación con su comunidad en línea.

#### ***5.1.2 Contribución de conocimiento a la empresa***

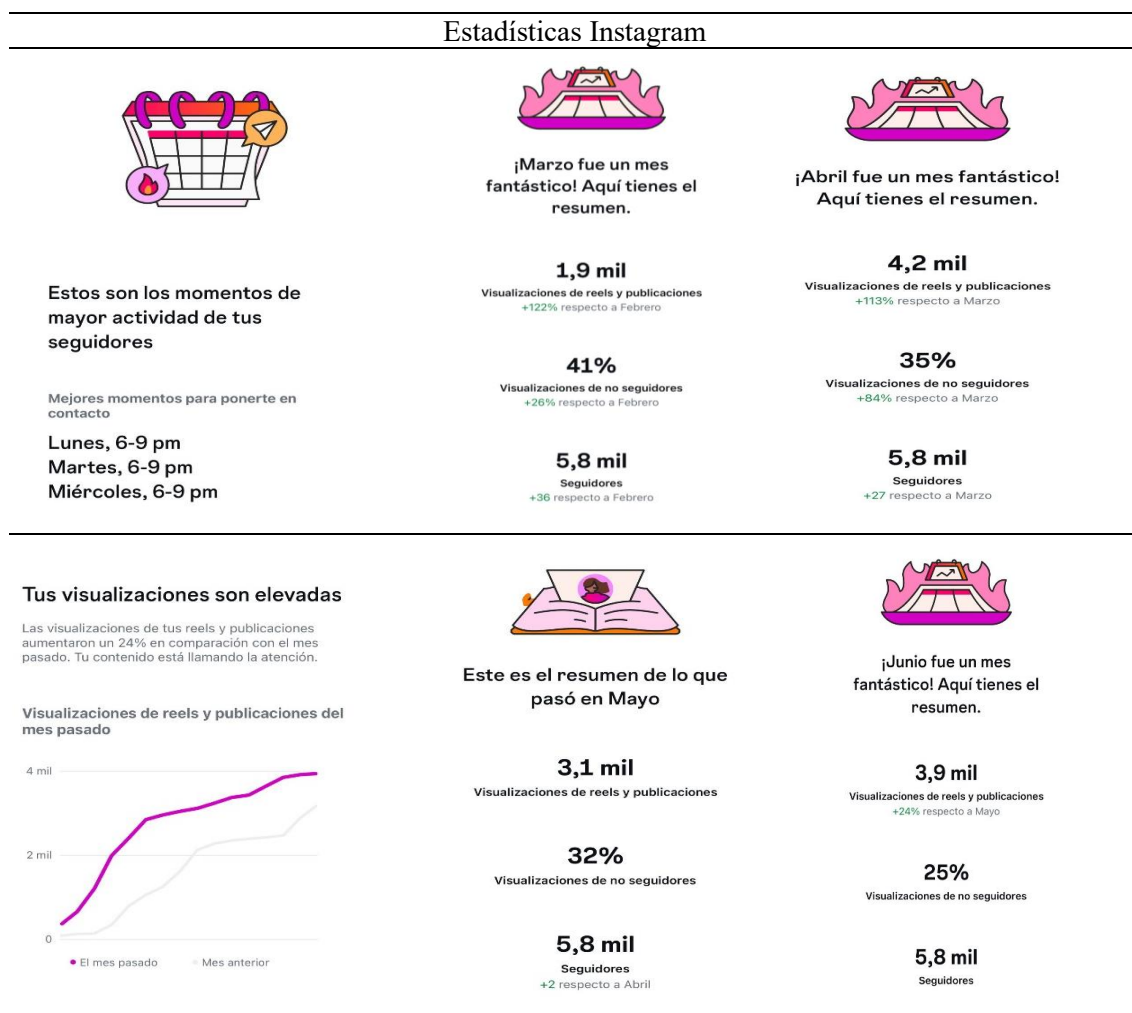
Teniendo en cuenta los conocimientos adquiridos, Se contó con información suministrada por la empresa relacionada con sus proveedores, manejo del programa Microsoft Office, los cuales fueron Excel y Word, De igual manera, se aplicaron programa de edición como Canvas Y CapCut, lo que permitió complementar y fortalecer las estrategias desarrolladas en el área de marketing.

**5.1.3 Impacto desde los resultados y/o logros**

Fortalecer el posicionamiento digital de Zanna Salud a través de sus redes sociales, incrementando tanto la frecuencia de publicaciones como el nivel de interacción con la comunidad, con el fin de consolidar su presencia en el mercado y generar mayor alcance e impacto.

En la figura 6 se puede observar las estadísticas y como a medida que han pasado los meses ha aumentado las visualizaciones, interacciones y los seguidores.

**Figura 8 Estadísticas**



## 5.2 Aportes de la empresa al proceso formativo

Los aportes de la empresa al proceso formativo fueron muy amplios, ya que me ayudaron a fortalecer los conocimientos adquiridos en el transcurso de la carrera.

Gracias a la empresa Zanna Salud puede aprender sobre:

- *Redes sociales*: la experiencia fue bastante enriquecedora ya que el conocimiento sobre el manejo de las redes sociales era limitado y al tener a cargo las redes sociales de la empresa fue un reto y que en conjunto con ellos pude desarrollar satisfactoriamente.
- *Programa de CRM HubSpot*: aprender sobre este programa fue muy importante, ya que no tenía conocimiento sobre esta herramienta y poder hacer uso de ella fue gratificante y saber que al futuro será una competencia valiosa que aportará al desempeño profesional.

Realizar las prácticas en la empresa Zanna Salud, fortaleció el trabajo en equipo, la empatía y tomas de la mejor manera las críticas constructivas, ya que trabajaba de la mano con la gerente, en la creación del diseño de contenido de las redes sociales y el poder aprender de ella y recibir sus críticas constructivas sobre las actividades fue gratificante, lo cual me ayudo a fortalecer mis habilidades y competencias.

## 5.3 Plan de mejora

### 5.3.1. Aspectos a mejorar

La empresa Zanna Salud presenta una presencia limitada en sus redes sociales, debido a la baja frecuencia de publicaciones y a la escasa interacción con sus seguidores, lo que reduce su alcance y visibilidad en el entorno digital, se plantea aumentar su presencia digital y el engagement con sus seguidores para fortalecer su presencia en las redes sociales.

### **5.3.2. Metas**

La empresa Zanna Salud presenta actualmente una presencia limitada en sus redes sociales, evidenciada en la baja frecuencia de publicaciones y en la escasa interacción con sus seguidores, lo cual restringe su alcance y visibilidad en el entorno digital. Ante esta situación, se plantea la necesidad de fortalecer su estrategia digital mediante el incremento de publicaciones constantes y la implementación de acciones orientadas a mejorar el engagement con la audiencia, con el propósito de consolidar su posicionamiento y generar una comunidad más activa y participativa en las plataformas sociales.

### **5.3.3. Acciones**

A continuación, se especificará cada una de las acciones que se implementaron para el cumplimiento de los objetivos lo cuales son aumentar su presencia digital y el engagement con sus seguidores para fortalecer su presencia en las redes sociales.

Se creó un diseño de estrategias de atracción de clientes, esto tras realizar un análisis detallado del rendimiento en las redes sociales, se procedió al diseño e implementación de una estrategia de marketing digital enfocada en atraer y fidelizar clientes potenciales.



tipo de post, formato visual (foto, video o mixto), título del contenido, copy, objetivo comunicacional, llamado a la acción (CTA, call to action) y los hashtags estratégicos para cada publicación.

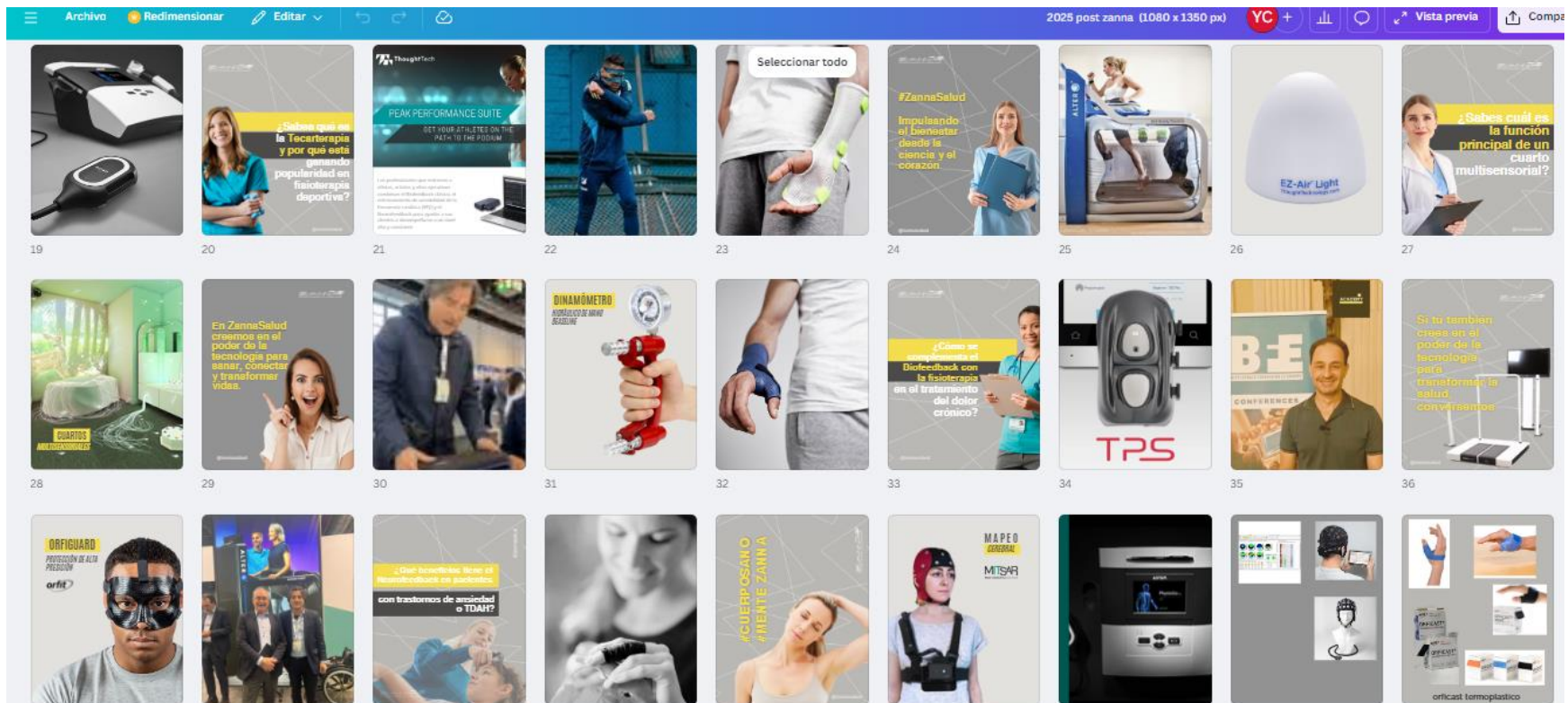
Figura 10 Barra de contenido digital

Fecha	Canal	Tipo de post	Formato	Título del post	Copy	Objetivo	Call to Action	Hashtags
7/05/2025	Instagram, facebook y linkedIn	carrusel	Foto	Transforma la neurodiagnos con tecnología EEG de vanguardia	Descubre las soluciones avanzadas de Mitsar en electroencefalografía (EEG), diseñadas para ofrecer precisión y comodidad en la monitorización cerebral. Desde sistemas inalámbricos portátiles hasta estaciones clínicas completas, Mitsar proporciona herramientas innovadoras para profesionales en neurodiagnóstico y neuroterapia.	Promover las soluciones de sistemas EEG de Mitsar destacando su innovación tecnológica, versatilidad en aplicaciones clínicas y de investigación, y su compromiso con la mejora de la atención al paciente.	Explora cómo Mitsar puede revolucionar tu práctica en neurodiagnóstico. Visita nuestro sitio y conoce más sobre nuestras soluciones EEG líderes en el mercado.	#Neurodiagnóstico #EEGAvanzado #TecnologíaMédica #MitsarEEG #SaludNeurológica #InnovaciónEnSalud
8/05/2025	Instagram, facebook y linkedIn	post	Foto	Cuerpo sano, mente Zanna.	Cuerpo sano, mente Zanna.	Posicionar el concepto integral de salud física y mental.	Descubre cómo mejorar tu bienestar con nuestras soluciones	#CuerpoSanoMenteZanna #SaludIntegral #ZannaSalud
9/05/2025	Instagram, facebook	Carrusel	Mixto (foto y videos)	La revolución en inmovilización y soporte	Orficast es un material termoplástico innovador que permite crear férulas, soportes y órtesis delgadas y cómodas, adaptándose perfectamente a cada paciente. Su fácil moldeado y alta resistencia garantizan inmovilización segura y máxima comodidad en la rehabilitación.	Informar y destacar las ventajas del uso de Orficast como un material termoplástico innovador en la fabricación de férulas y órtesis, resaltando su adaptabilidad al paciente, facilidad de moldeado, resistencia y comodidad, con el fin de promover su uso en procesos de rehabilitación.	¡Ligero, versátil y funcional! La mejor opción para una recuperación rápida y efectiva.	#Rehabilitación #Orficast #Ortesis #Bienestar #Salud
10/05/2025	Instagram, facebook	post	Foto	¿Sabías que puedes entrenar el cerebro como si fuera un músculo?	El neurofeedback entrena al cerebro para autorregularse mediante refuerzo positivo de patrones eléctricos saludables. En ansiedad, reduce la hiperactividad beta; en TDAH, mejora la concentración y el control emocional. Es una alternativa sin efectos secundarios al tratamiento farmacológico.	Informar sobre los beneficios del Neurofeedback en el tratamiento de trastornos como la ansiedad y el TDAH.	Descubre cómo entrenar tu cerebro para mejorar tu bienestar. ¡Contáctanos para más información!	#Neurofeedback #CerebroSano #SaludMental #TratamientosInnovadores
13/05/2025	Instagram, facebook	post	video	Protección facial para una recuperación segura	Orfiguard es una máscara de protección facial de alta precisión diseñada para salvaguardar el rostro tras lesiones, fracturas u otras condiciones que requieren protección de la nariz, el puente nasal y/o las órbitas oculares. Este innovador producto viene en un kit portátil que permite una fabricación sencilla y rápida, facilitando su aplicación inmediata.	Promover Orfiguard como una solución segura y cómoda para la protección facial durante procesos de recuperación	¡Recupérate sin límites y protege tu rendimiento con Orfiguard!	#Orfiguard #ProtecciónFacial #RecuperaciónSegura #DeporteSeguro #Salud

Teniendo en cuenta la barra de contenido, se procedió a Crear el contenido digital; Se diseñaron publicaciones adaptadas para cada red social (Instagram, LinkedIn y Facebook), considerando el lenguaje, el formato y los intereses del público en cada plataforma.

El contenido estuvo alineado con la identidad de marca de Zanna Salud y su propósito de comunicar innovación en salud.

Figura 11 Diseño de contenido



De esta manera, se logró un aumento significativo en el nivel de engagement, lo que permitió fortalecer la interacción con los seguidores y mejorar la frecuencia de publicaciones en las plataformas digitales de la empresa. Este avance contribuyó a consolidar una mayor presencia de Zanna Salud en el entorno digital, favoreciendo su posicionamiento en las redes sociales.

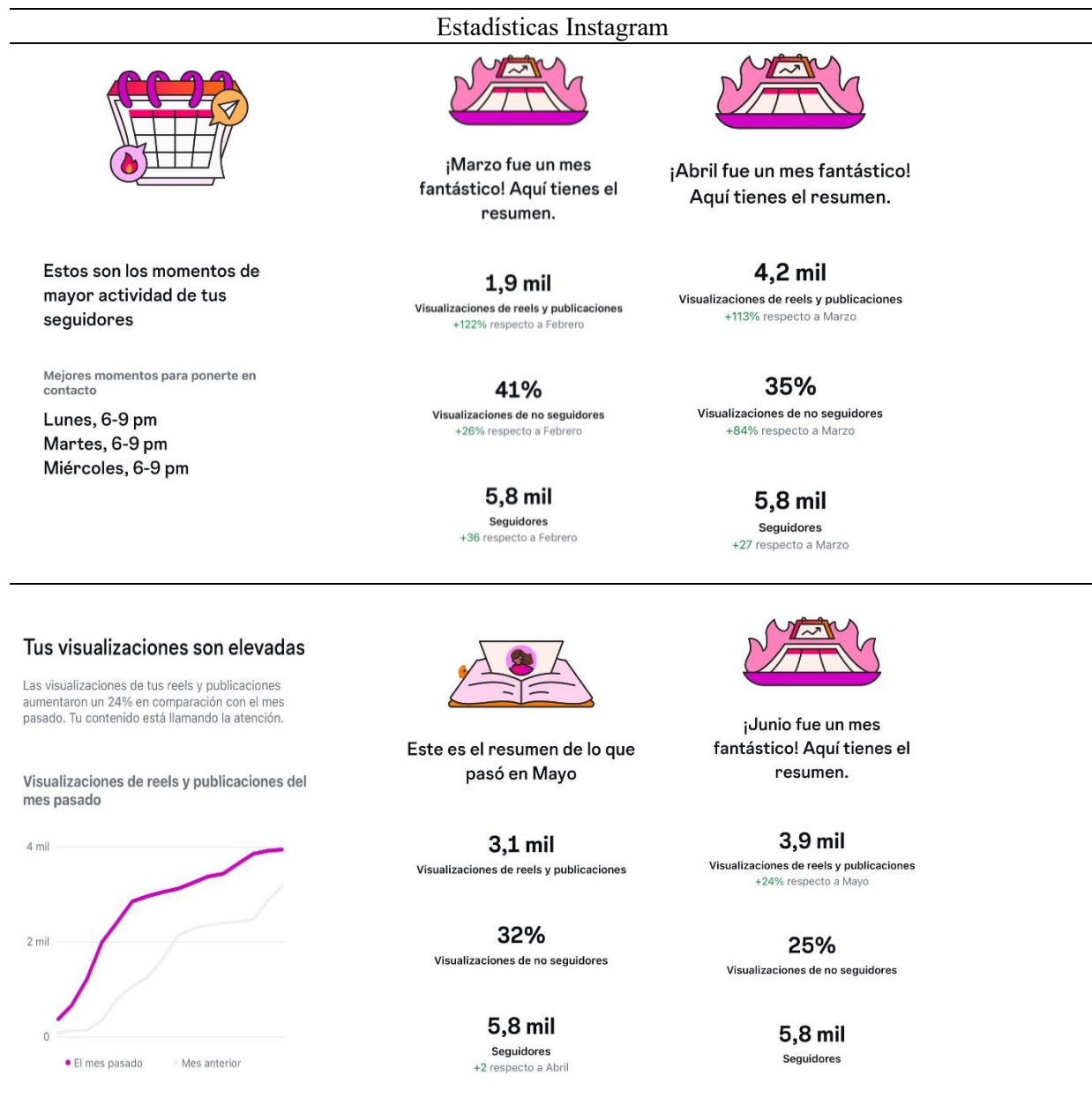
#### ***5.3.4. Indicadores***

Se realizó un análisis detallado de las métricas de las redes sociales con el propósito de medir la efectividad de la estrategia de marketing implementada.

- *Red social Instagram*

Se analizarán las métricas de la red social Instagram con el fin de proyectar el desempeño digital a través de los indicadores de tasa de engagement y crecimiento de seguidores

Figura 12 Métricas Instagram



Tomado de ZannaSalud. [@ZannaSalud]. (2025,08). [Metricas]. Instagram

<https://www.instagram.com/zannasalud/>

Al analizar el comportamiento de la cuenta de Instagram de la empresa durante los meses de marzo a junio, se evidencia un crecimiento constante tanto en las visualizaciones de publicaciones y reels como en la interacción con nuevos seguidores. En marzo, la cuenta alcanzó 1,9 mil visualizaciones, lo que refleja el impacto inicial de la estrategia de marketing digital implementada.

En abril, el crecimiento fue aún más significativo, alcanzando las 4,2 mil visualizaciones, lo que representó un gran aumento en comparación con marzo, acompañado de una mayor atracción de seguidores. Este resultado demuestra la efectividad del contenido publicado y el interés que generó en la comunidad digital.

Durante mayo y junio, aunque se observó una ligera estabilización en las métricas, los niveles de visualización se mantuvieron elevados con 3,1 mil y 3,9 mil respectivamente, lo que refleja la consolidación de la presencia digital de la empresa. Además, se destaca la participación activa de usuarios no seguidores, que alcanzó porcentajes de 32% en mayo y 25% en junio, lo que indica que el contenido sigue atrayendo a audiencias nuevas, ampliando así el alcance de la marca.

En términos generales, estas estadísticas muestran un impacto positivo y un crecimiento progresivo en la visibilidad y el engagement de la empresa en Instagram, evidenciando que la estrategia aplicada está generando resultados efectivos y contribuye al fortalecimiento del posicionamiento digital de Zanna Salud.

#### *KPIs mes abril*

- Tasa de engagement =  $[\text{Interacciones totales} / \text{Alcance total}] \times 100$ , con meta del 6% mensual en Instagram.

$$[4,2 / 5,8] \times 100 = 72\%$$

El cálculo de la tasa de engagement arrojó un resultado del 72%, cifra que supera de manera significativa la meta proyectada del 6%. Este desempeño evidencia la efectividad de las estrategias digitales implementadas, así como el alto nivel de interés y participación de la audiencia frente al contenido publicado por Zanna Salud.

- Crecimiento de seguidores =  $[\text{Seguidores nuevos} / \text{Seguidores iniciales}] \times 100$ , con meta de 5% mensual)

$$[30 / 5,8] \times 100 = 517.2\%$$

Este resultado refleja un desempeño digital sobresaliente, evidenciando que las estrategias aplicadas en redes sociales fueron altamente efectivas para atraer nuevos seguidores en un corto período.

- Numero de publicaciones por periodo:  $[\text{Publicaciones del periodo actual} - \text{publicaciones mes anterior}]$

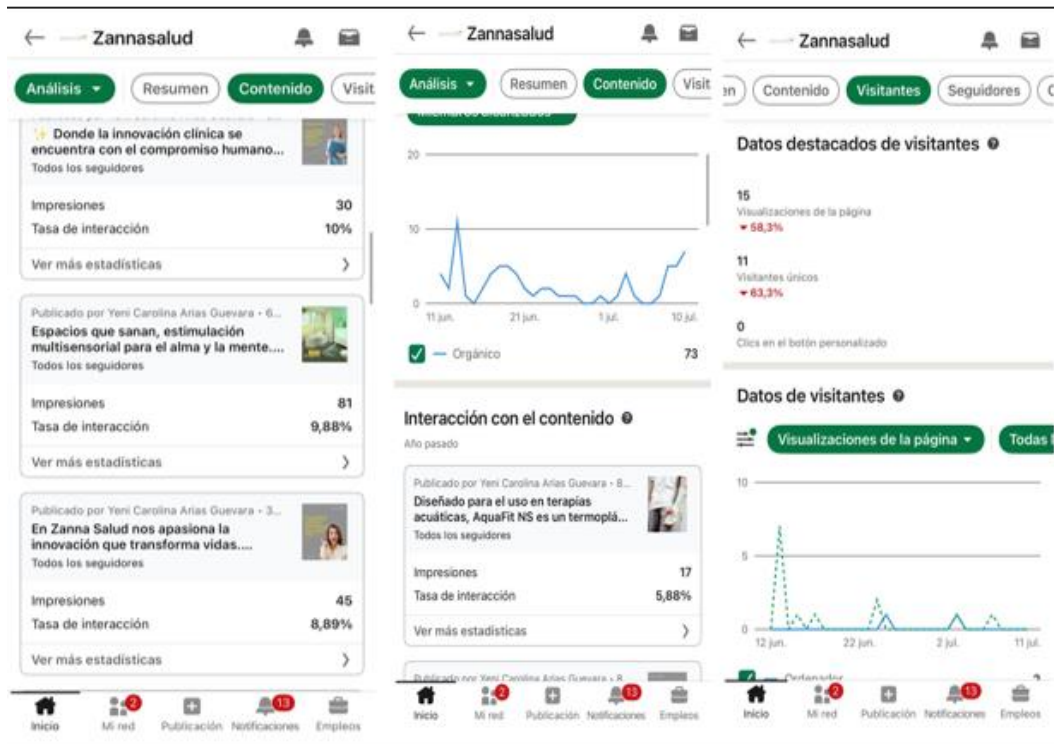
$$[12 - 4] = 8$$

El resultado obtenido muestra que durante el periodo actual se realizaron 12 publicaciones frente a las 4 del periodo anterior, lo que representa un incremento de 8 publicaciones. Este aumento evidencia una mayor constancia en la gestión de contenidos y un esfuerzo por fortalecer la presencia digital de la empresa en la red social, lo cual contribuye al alcance, la interacción con los seguidores y al posicionamiento de la marca.

- *Red social LinkedIn*

Se analizarán las métricas de la red social Instagram con el fin de proyectar el desempeño digital a través de los indicadores de tasa de engagement y crecimiento de seguidores.

Figura 13 Métricas LinkedIn



Tomado de ZannaSalud. [@ZannaSalud]. (2025,08). [Metricas]. LinkedIn

Durante el periodo analizado, la red social LinkedIn de Zanna Salud reflejó un desempeño que evidencia avances en la visibilidad de la marca y la interacción con su comunidad profesional. Las publicaciones realizadas lograron generar impresiones relevantes, alcanzando hasta 81 visualizaciones en un solo post, con una tasa de interacción cercana al 10%, lo cual muestra que el contenido publicado resulta atractivo y pertinente para los usuarios.

Este comportamiento refleja una evolución positiva en el alcance y posicionamiento de la empresa en esta plataforma profesional.

*KPIs*

- Impresiones: [Total de impresiones de publicaciones / Número de publicaciones]

$[156 / 3] = 52$  impresiones promedio.

- Tasa de interacción: [Interacciones totales / Impresiones]  $\times$  100, proyección 10% mensual.

$[28,77 / 52] \times 100 = 55\%$

Este indicadores refleja una evolución positiva en el alcance y posicionamiento de la empresa.

- Numero de publicaciones por periodo: [Publicaciones del periodo actual - publicaciones mes anterior]

$[12 - 4] = 8$

El resultado obtenido muestra que durante el periodo actual se realizaron 12 publicaciones frente a las 4 del periodo anterior, lo que representa un incremento de 8 publicaciones. Este aumento evidencia una mayor constancia en la gestión de contenidos y un esfuerzo por fortalecer la presencia digital de la empresa en la red social, lo cual contribuye al alcance, la interacción con los seguidores y al posicionamiento de la marca.

### 5.3.5. Hacer verificar, recursos, responsables y cronograma

**Tabla 3.** Hacer/verificar las acciones e indicadores propuestos

Meta	Indicador	Fuente de información	Acciones de validación
Incremento de publicaciones	Numero de publicaciones por periodo: [Publicaciones del periodo actual - publicaciones mes anterior]	Las redes sociales de la empresa Zanna Salud	Análisis de las métricas obtenidas de las redes sociales
Aumento del engagement	Tasa de engagement = [Interacciones totales / Alcance total] × 100	Las redes sociales de la empresa Zanna Salud	Análisis de las métricas obtenidas de las redes sociales
Consolidar su posicionamiento	Crecimiento de seguidores = [Seguidores nuevos / Seguidores iniciales] × 100	Las redes sociales de la empresa Zanna Salud	Análisis de las métricas obtenidas de las redes sociales
Comunidad más activa y participativa en las plataformas sociales	Tasa de engagement = [Interacciones totales / Alcance total] × 100	Las redes sociales de la empresa Zanna Salud	Análisis de las métricas obtenidas de las redes sociales

En la Tabla 3, se evidencia manera clara y sistemática el desarrollo de las acciones ejecutadas, teniendo en cuenta los indicadores y las fuentes de información utilizadas para que se ejecutara de la mejor manera.

**Tabla 4 Cronograma**

N°	Actividad	Mes 1				Mes 2				Mes 3				Mes 4			
		S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4
1	Diseño de estrategia de marketing digital	x	x														
2	Cronograma de contenido			x	x												
3	Barra de contenido					x	x										
4	Diseño de contenido digital							x	x	x	x	x	x	x	x	x	x

Adaptado de los modelos de gestión en el cumplimiento de los objetivos empresariales. Caso de Estudio: Cia. de Transportes 27 de Mayo S.A. (Aracely, Armijos, C. A., & Alexandra, A., 2018).

En la Tabla 4 se presentan las metas propuestas con un horizonte de cumplimiento a cuatro meses, en la cual se puede observar, de manera semanal, el desarrollo y avance de las actividades planificada.

## 6. Conclusiones y recomendaciones

Realizar la practica en la empresa Zanna Salud, permitió fortalecer habilidades profesionales en áreas estratégicas como la gestión de redes sociales, el diseño de estrategias de atracción de clientes, la creación de contenido digital y la actualización de la base de datos a través del CRM HubSpot. A lo largo del proceso, se identificaron debilidades iniciales relacionadas con la limitada interacción digital de la empresa y la baja frecuencia de publicaciones, las cuales se mejoraron mediante la implementación de un cronograma de actividades que garantizó una mayor organización y efectividad en la ejecución de las tareas y la creación de una barra de contenido que permitió tener de manera clara y organizada el contenido que se iba a ir publicando.

El desarrollo de estas funciones contribuyó al incremento de la visibilidad digital de la empresa, generando un mayor alcance, interacción y posicionamiento de marca en plataformas como Instagram, Facebook y LinkedIn. Asimismo, Teniendo en cuenta que se utilizaron herramientas que ayudaron a que se ejecutara de la mejor manera, herramientas como Microsoft Office, Canva, CapCut, Preview y HubSpot.

Se recomienda que la empresa continúe fortaleciendo su estrategia digital mediante la implementación de un plan de contenido a largo plazo en donde se tenga en cuenta videos interactivos, historias interactivas, testimonios de usuarios y campañas educativas, esto permitirá mantener la audiencia online; Así mismo, es importante potenciar el uso de herramientas de análisis de redes sociales, como los indicadores que tiene cada red social y del CRM HubSpot, con el fin de medir de manera periódica la efectividad de las estrategias planteadas y de esta manera optimizar la comunicación con los seguidores y proveedores.

Esta experiencia de práctica no solo aportó valor al crecimiento digital de la empresa, sino que también representó una oportunidad significativa de aprendizaje, al poner en práctica conocimientos teóricos en un entorno real y adquirir nuevos conocimientos que serán de gran valor en el ámbito laboral.

### Referencias

- A. Rezi and M. Allam,. (1995). Techniques in array processing by means of transformations . En *Control and Dynamic Systems Vol. 69* (págs. 133-180). San Diego: Academic Press.
- American Psychological Association. (s.f.). *Style and Grammar Guidelines*.  
<https://apastyle.apa.org/style-grammar-guidelines>
- Andaconmigo*. (s.f.). <https://andaconmigo.com/estimulacion-multisensorial/>
- Asprilla, T. (21 de 03 de 2025). *Consultor salud*. [https://consultorsalud.com/presidente-petro-reforma-a-la-salud-sin-congres/?utm\\_source=](https://consultorsalud.com/presidente-petro-reforma-a-la-salud-sin-congres/?utm_source=)
- BMI FITCH SOLUTION COMPANY*. (s.f.). [https://www.fitchsolutions.com/bmi/medical-devices/colombias-medical-devices-market-value-revised-upwards-budget-allocation-increases-27-09-2023?utm\\_source=](https://www.fitchsolutions.com/bmi/medical-devices/colombias-medical-devices-market-value-revised-upwards-budget-allocation-increases-27-09-2023?utm_source=)
- CRAI USTA Bucaramanga. (2020). *Informe de recursos y servicios bibliográficos*. Bucaramanga: Universidad Santo Tomás.
- FORTUNE BUSINESS INSIGHTS*. (07 de 04 de 2025).  
<https://www.fortunebusinessinsights.com/colombia-medical-devices-market-107897>
- Galvis-Aponte, L. A.-L. (2023). *Desigualdades regionales*  
<https://repositorio.banrep.gov.co/server/api/core/bitstreams/46902cdc-37e9-45f4-9a9d-9202d67fc61c/content>
- HORIZON GRAN VIEW RESEARCH*. (s.f.).  
[https://www.grandviewresearch.com/horizon/outlook/wearable-medical-devices-market/colombia?utm\\_source=chatgpt.com](https://www.grandviewresearch.com/horizon/outlook/wearable-medical-devices-market/colombia?utm_source=chatgpt.com)
- ZANNA. . (s.f.). <https://zannasalud.com/acerca-de-zanna/informacion-corporativa/>
- IBM*. (2 de 04 de 2024). <https://www.ibm.com/es-es/think/topics/crm>

- IEP.* (02 de 10 de 2023). Insituto Europeo de Posgrado: <https://iep.edu.es/que-son-kpis-ejemplos-caracteristicas/>
- Invest in Bogotá.* (s.f.). <https://es.investinbogota.org/dispositivos-medicos/>
- Miao, L. L. (November 8-12). A specification based approach to testing polymorphic attributes. *Formal Methods and Software Engineering: Proceedings of the 6th International Conference on Formal Engineering Methods, ICFEM 2004.* Seattle, WA, USA,.
- MinSalud.* (16 de 10 de 2021). Salud: <https://www.minsalud.gov.co/Paginas/Minsalud-actualiza-politica-de-envejecimiento-y-vejez.aspx>
- MinSalud.* (29 de 06 de 2022). Salud: <https://www.minsalud.gov.co/Paginas/Colombia-llego-al-aseguramiento-universal-en-salud-al-alcanzar-el-99.6.aspx>
- MinSalud.* (14 de 08 de 2024). <https://www.minsalud.gov.co/Paginas/con-una-inversion-de-49000-millones-el-gobierno-nacional-financiara-programas-de-investigacion-y-desarrollo-en-salud.aspx?>
- Neurocenter.* (s.f.). <https://neurocenter.com/neurofeedback/que-es/>
- OEC.* (s.f.). <https://oec.world/es/profile/hs/medical-instruments>
- Open Academy.* (26 de 05 de 2021). <https://www.santanderopenacademy.com/es/blog/campanas-digitales.html/index.html>
- ScienceDirect.* (2007). <https://www.sciencedirect.com/topics/medicine-and-dentistry/orthotics>
- Sole, A. C. (2006). *Instrumentación Industrial.* Mexico: Alfaomega.
- TOPDOCTORS.* (02 de 08 de 2013). <https://www.topdoctors.es/diccionario-medico/neurorehabilitacion-tratamiento/>
- Universidad Europea.* (29 de 04 de 2024). <https://universidadeuropea.com/blog/que-es-biofeedback/>

*Universidad Europea.* (6 de 06 de 2025). <https://universidadeuropea.com/blog/engagement-que-es/>

Universidad Francisco de Vitoria. (s.f.). *¿Qué es el comercio internacional?*  
<https://fpsuperiorufv.es/blog/que-es-el-comercio-internacional/>

Wigner, E. P. (2005). Theory of traveling wave optical laser . *Phys. Rev.*, 134, A635-A646.

ZANNA. (s.f.). <https://zannasalud.com/acerca-de-zanna/informacion-corporativa/>